

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE MEREK SMARTFREN
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

Fandi Fuad Hasyim

201010160311173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE MEREK SMARTFREN
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

Fandi Fuad Hasyim
201010160311173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SMARTFREN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Oleh :

Fandi Fuad Hasyim
201010160311173

Diterima dan disetujui
pada tanggal 02 Agustus 2017

Pembimbing I,

Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Pembimbing II,

Drs. Noor Aziz, M.M.



Dr. Irfan Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SMARTFREN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

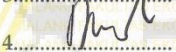
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fandi Fuad Hasyim
NIM : 201010160311173
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 02 Agustus 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.
Penguji II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji III : Drs. Noor Aziz, M.M.
Penguji IV : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Marsudi, M.M.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 02 Agustus 2017

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : FANDI FUAD HASYIM

No. Induk : 201010160311173

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SMARTFREN PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Rahmad Wijaya, S.E., M.M.	71	
2.	Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.	71	
3.	Drs. Noor Azis, M.M.	72	
4.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	71	

Nilai rata-rata : 71,25 / B

Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui

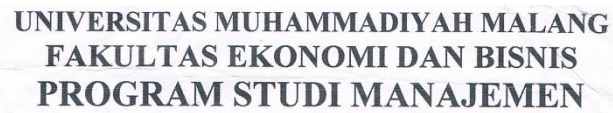
a.n. Dekan FEB-UMM,
Pembantu Dekan I,

Dra. Ida Nuraini, M.Si.

Malang, 02 Agustus 2017

Ketua Tim Penguji,

Rahmad Wijaya, S.E., M.M.



DAFTAR PERUBAHAN DRAF

NIM : 201010160311173

No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
	Isi blang Batas inside. Pembahasan Mula. Hipotesis 1: Daftar Pustaka. Terdapat pengumpul-data pengujian hipotesis - Rumus - Pembahasan — kesimpulan + saran	14/11/17 18/11/17 18/11/17	

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Fandi Fuad Hasyim

NIM/IPK/Konsent : 201010160311173 / Pemasaran

Tgl. SK Bimbingan :

Alamat/Tlp/HP : Jl. Tirta Utomo 88A / 085 746 5555 97

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Handphone Merek Smartfren Pada Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Malang

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
29/9	Perumusan masalah dibuat matrik		
19/10	- Perumusan masalah, yang dipakai apakah variabel kereluhan / indikator		
	- kerangka dari para penulis		
	- definisi operasional dan indikator		
20/1	- Hipotesis		
	- uji validasi dan reliabilitas diadopsikan sebelum regresi		
	- skala data nominal, interval, ordinal, ratio		
	- uji hipotesis F		
22 mei '17	Revisi Kuesioner		
	→ disesuaikan dgn		
	Def Op Variabel		


Pembimbing II

JURUSAN MANAJEMEN
FE - UMM

[illegible]

Malang,

Pembimbing I



Pembimbing II

[Signature]

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Fandi Fuad Hasyim

NIM : 201010160311173

Program Studi : Ekonomi, Manajemen

Email : fandiyy@gmail.com

Judul Skripsi : “PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SMARTFREN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG”

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*Plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (refrensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 10 Agustus 2017
Yang Membuat Pernyataan,

Fandi Fuad Hasyim

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE MEREK SMARTFREN
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Fandi Fuad Hasyim

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur

Email : fandiyy@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ekuitas merek (Kesadaran merek, Asosiasi merek, Persepsi merek dan Loyalitas merek) terhadap keputusan konsumen dalam membeli *handphone* merek Smartfren 2) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Smartfren.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen *handphone* Smartfren. Populasi ini jumlahnya banyak, tersebar dan tidak diketahui secara pasti dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 125 responden. Dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli *handphone* merek Smartfren Andromax di Universitas Muhammadiyah Malang 2) Asosiasi merek merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *handphone* Andromax merek Smartfren.

Kata Kunci: *Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Handphone Merek Smartfren*

**THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON PURCHASING DECISION
OF SMARTFREN HANDPHONE
AMONG STUDENTS OF UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH MALANG**

Fandi Fuad Hasyim

Management Department Faculty of Economic and Business
University of Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, East Java
Email : fandiyy@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was (1) to analyze the influence of brand equity (brand awareness, brand association, brand perception, and brand loyalty) on consumers' decision to purchase Smartfren Handphone and (2) to examine the most dominant variable that influenced purchasing decision of Smartfren Handphone among students of University of Muhammadiyah Malang. This study applied descriptive with survey design. The subjects of this study were 125 students. The data were analyzed using Multiple Linear Regression Analysis. The results of the study showed that (1) brand equity positively significant influenced consumers' decision to purchase Smartfren Handphone among students of University of Muhammadiyah Malang; and (2) the most dominant variable that influenced purchasing decision among students of University of Muhammadiyah Malang was association brand.

Keywords: *brand equity, purchasing decision, Smartfren Handphone*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul “ PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK SMARTFREN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG” disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Hj. Idah Zuhro, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. H. Marsudi, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
3. Drs. Dicky Wisnu, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Drs. Noor Azis, MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.

5. Boehasyim dan Ani Suryani selaku orang tua atas jasa-jasanya, yang selalu memberikan dorongan, semangat, kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta dan kasih sayang yang tulus dan ikhlas kepada penulis semenjak kecil.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 25 Juli 2017

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KARTU KENDALI KONSULTASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Tinjauan Pustaka	11
C. Hipotesis.....	19
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Objek Penelitian	20
C. Definisi Operasional Variabel.....	20
D. Populasi dan Sampel	23
E. Jenis dan Sumber Data	25
F. Teknik Pengumpulan Data	26
G. Skala Data	27
H. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Karakteristik Responden	33
B. Uji Instrumen	35
C. Analisis Data	37

D. Pengujian Hipotesis.....	40
E. Pembahasan.....	47

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	34
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.6	Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda	37
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.8	Tabel <i>standardized Coefficient Beta</i>	46

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1	Data Penjualan <i>Handphone</i> Smartfren.....	6
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	18
Gambar 4.1	Kurva Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_0 secara Simultan	41
Gambar 4.2	Kurva Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_0 Variabel Kesadaran Merk (X_1)	43
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_0 Variabel Asosiasi Merk (X_2).....	44
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_0 Variabel Kualitas Merk (X_3).....	45
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_0 Variabel Loyalitas Merk (X_4)	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Skor Jawaban Responden
3. Distribusi Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas
5. *Reliability*
6. Hasil Analisis Regresi Linier berganda

